



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

***Warm glow och skuldkänslor - förväntade emotioners
motiverande funktion vid hjälpbeteende***

**Tina Nilsson
Mariella Persson**

Kandidatuppsats vt 2013

Handledare: Arvid Erlandsson, Fredrik Björklund

Abstract

Inverkan av förväntade positiva emotioner (warm glow) och förväntade skuldkänslor på motivation till hjälpande undersöktes i relation till två olika effekter. 1) *Proportion dominance effect* (PDE) som handlar om att vi är mer benägna att hjälpa om de vi hjälper är en del av en stor proportion som kan räddas. 2) *Identifiable victim effect* (IVE) som handlar om att vi är mer benägna att hjälpa ett identifierat offer än ett statistiskt offer. 247 deltagare vid Lunds universitet fick skatta sin förväntade warm glow (vid hjälpande) eller förväntade skuldkänslor (vid icke-hjälpande) för två liknande kontexter i antingen PDE, där proportion som kan räddas manipulerades eller i IVE, där identifierbarhet manipulerades. Studien inkluderade självskattad hjälpmotivation och ett beteendemått där deltagarna fick en möjlighet att donera pengar. Både PDE och IVE replikerades i denna studie. Resultatet visade även på att emotionella komponenter spelar roll då man tar ett beslut om att hjälpa eller inte hjälpa. En skillnad uppkom mellan manipulationerna, dock fanns inte några signifikanta skillnader i förväntad warm glow jämfört med förväntade skuldkänslor i de olika effekterna.

Nyckelord: emotion, hjälpbeteende, identifiable victim effect, proportion dominance effect, skuldkänslor, warm glow.

Warm glow och skuldkänslor- förväntade emotioners motiverande funktion vid hjälpbeteende

En enskild individ i behov av hjälp utlöser oftare starkare emotioner och ett större hjälpbeteende än flera personer i behov av hjälp. Likaså är vi mer benägna att hjälpa då vi upplever att det går att rädda en större del av de som behöver hjälp. Men varför hjälper vi? Utgår man från psykologisk egoism tros våra emotioner ha en motiverande funktion vid hjälpande. Hjälper vi kanske andra för att öka vårt eget välbefinnande eller för att undvika de negativa emotioner som uppkommer om vi väljer att inte hjälpa? Syftet med denna studie är att undersöka om förväntad warm glow respektive förväntade skuldkänslor påverkar individers motivation för hjälpande. Begreppet warm glow kan definieras som en individuellt upplevd varm och positiv känsla som uppkommer ur hjälpande (Andreoni, 1990). Denna positiva känsla tros motivera handlingar som människor förväntar sig kommer att återge de känslorna. Skuldkänslor däremot, är en negativ känsla som uppkommer då man gör något som är fel eller inte gör något som är rätt (Basil, Ridgway & Basil, 2008). Denna negativa känsla tros motivera handlingar som människor förväntar sig kommer att minska dessa känslor. På så sätt kan förväntningar om dessa emotioner tänkas kunna användas som vägledande information vid beslut om att hjälpa eller inte hjälpa och därmed bidra till skillnader i hjälpmotivation på olika vis. Emotionernas motiverande funktion kommer att undersökas i relation till *Proportion dominance effect* (PDE) och *Identifiable victim effect* (IVE) som tidigare visat sig vara starka effekter gällande individers benägenhet att hjälpa. PDE visar på att individer är mer benägna att hjälpa då det är en stor proportion av de behövande som kan räddas än när det är en liten proportion (Bartels, 2006). IVE visar på att individer är mer benägna att hjälpa då offret är identifierat jämfört med då offret är statistiskt (Jenni & Loewenstein, 1997).

Inledningsvis kommer vi att diskutera hjälpande och de olika teorier och förklaringsmodeller som behandlar hjälpbeteende. Vidare kommer vi att gå igenom begreppen warm glow och skuldkänslor och vilken roll de spelar för hjälpbeteende samt hur begreppen har använts i tidigare forskning. Slutligen utforskas IVE och PDE och hur dessa effekter har undersökts i tidigare studier.

Motivation till hjälpande

Inom psykologin har forskning kring prosocialt beteende bland annat fokuserats på inlärning, sociala och personliga normer samt emotioner (Dovidio, Piliavin, Schroeder & Penner, 2006). En distinktion har även gjorts mellan altruistiska och egoistiska motiv till

hjälpbeteende som handlar om vad det yttersta målet med hjälpanDET är. *Empathy- Altruism hypothesis* bygger på att empatiska känslor skapar en altruistisk motivation för att minska en annan persons lidande, målet blir därmed att öka andra personers välbefinnande snarare än sitt eget (Batson, 2011). Hjälpbeteende kan även förklaras av mer egoistiska motiv som en önskan till eget ökat välbefinnande. Enligt den psykologiska egoismen är givandet själviskt och människan är motiverad till att hjälpa på grund av personliga emotionella fördelar (Cialdini et al., 1987). Belägg har även framkommit som visar att hjälpanDE i form av donationer aktiverar regioner i hjärnan förknippade med vällust och belöning (Harbaugh, Mayr & Burghart, 2007).

Sett från det egoistiska perspektivet av hjälpmotivation finns tre olika kategorier av egoistiska motiv som kan leda till hjälpbeteende såsom belöningsökande, undvikande av bestraffning och reducering av aversiv arousal (Batson, 2011). En modell som är förenad med ett egoistiskt behov för belöningar associerade med hjälpanDE är *Negative state relief model* (Cialdini et al., 1987). Denna teori bygger på att individer som känner empati befinner sig i ett negativt, affektivt tillstånd som skapar ett behov av att må bättre, vilket i sin tur leder till ett agerande i form av hjälpanDE. Den främsta anledningen till att hjälpa blir därmed inte att minska andras lidande, utan att undkomma de egna negativa emotionerna. En annan teori som tillhör kategorin av egoistisk motivation till hjälpanDE är *Empathy – specific punishment hypothesis* som handlar om att empati och hjälpanDE baseras på att vi genom socialiseringen har lärt oss att det finns konsekvenser såsom skuldkänslor och skam om vi väljer att inte hjälpa. Detta leder till en ökning i förväntade skuldkänslor då vi inte hjälper, och dessa konsekvenser försvinner inte enbart genom att undvika situationen, utan bästa möjliga sätt att undvika dem är att hjälpa (Batson, 2011; Schaller & Cialdini, 1988).

Emotioners betydelse vid bedömningar

Enligt *dual-process theories* finns det olika processer för hur människor fattar beslut, antingen intuitivt baserat på affekt och sympati, eller rationellt baserat på analytiskt övervägande (Epstein, 1994). Hjälpksamhet har visat sig utgå från interaktionen mellan dessa två olika processer, där ett optimalt hjälpanDE tros kunna uppnås genom en kombination av dem båda (Loewenstein & Small, 2007).

Emotioner har visat sig vara en viktig komponent för beslutsfattande och för att motivera beteende i olika situationer (Slovic & Västfjäll, 2010). Olika emotioner tros påverka vår benägenhet att hjälpa på olika vis, exempelvis har individer som känner

positiva emotioner visat sig hjälpa i större utsträckning (Cunningham, Steinberg & Grev, 1980; Isen & Levin, 1972). Detta kan ha sin förklaring i *Affect heuristic* som handlar om att människor förlitar sig på sin känsla och använder den som information vid bedömningar. Är känslan positiv tenderar riskerna att bedömas som låga och nyttan som hög, är däremot känslan negativ tenderar riskerna att bedömas som höga och nyttan som låg (Finucane, Alhakami, Slovic & Johnson, 2000). Utan affekt förlorar information sin betydelse och kan därmed inte användas i beslutstagande situationer. Slovic (2007) tittade närmare på affekt som en fundamental mekanism för vägledandet av våra bedömningar i hjälpsituationer. Han påvisade att människor är mer benägna att känna starka emotioner för ett individuellt offer, vilket bidrar till en ökad vilja att hjälpa. Däremot om det gäller en större folkmängd, tenderar människors emotioner och vilja att hjälpa att minska. Detta kan uppkomma av fenomenet *psychophysical numbing* som är en minskad känslighet för värdet av liv och förklaras av vår oförmåga att ta till oss förluster av liv då de blir för stora (Fetherstonhaugh, Slovic, Johnson, Friedrich, 1997; Friedrich et al., 1999).

Ett annat nära relaterat fenomen är *collapse of compassion*, som beskriver att människors medkänsla tenderar att minska då antalet människor i behov av hjälp ökar. Cameron och Payne (2011) undersökte detta fenomen närmare och tänkte sig att det uppkommer ur att behov från stora grupper av människor upplevs som överväldigande och att människor reglerar sina emotioner för att undvika denna känsla. I sin studie fann de dels att effekten var motiverad av egenintresse och dels att det främst uppstod hos individer som var bra på att reglera sina emotioner.

Sammantaget ger ovanstående teorier belägg för emotioners inverkan då vi fattar beslut vid hjälpande och vi utgår i enlighet med Cialdini et al. (1987) från att det finns ett egoistiskt bakomliggande motiv till hjälpande. Vi tänker oss att olika emotioner kan motivera hjälpande på olika sätt. Vi kommer att lägga fokus på två olika emotioner som tros ha en särskilt stor inverkan vid hjälpbeteende nämligen *warm glow* och *skuldkänslor*.

Effekten av warm glow och skuldkänslor på hjälpbeteende

En grundläggande princip är att människor kan påverka sitt tillstånd genom att öka sitt välbefinnande och undvika smärta (Higgins, 1997). Det har även framförts att människor även verkar vilja maximera nyttan, vilket tyder på att vilka emotioner människor vill känna beror både på glädjen och på nyttan kan genereras (Tamir, 2009). Både förväntade skuldkänslor vid icke-hjälpande och förväntad *warm glow* vid hjälpande kan därmed tänkas motivera hjälpbeteende. Begreppet *warm glow* uppkom och har från

början använts i ekonomiska sammanhang för att förklara psykologiska och ekonomiska bakomliggande orsaker till hjälpande och donationer till välgörande ändamål. Ekonomen Becker (1974) gjorde ett tidigt försök att utveckla modeller där warm glow användes för att förklara donationer till välgörenhet. Andreoni (1989) vidareutvecklade konceptet och menar att warm glow uppkommer ur *impure altruism*, på grund av de själviska bakomliggande motiven och såg det därmed som en kombination av altruism och egoism. Warm glow har fått olika definitioner hos olika forskare men vi utgår från definitionen av Andreoni (1990), att warm glow är en individuellt upplevd varm och positiv känsla som uppkommer ur hjälpande.

Flera studier har tittat närmare på warm glow i samband med donationer (Ferguson, Atsma, Kort & Veldhuizen, 2012; Konow, 2010; Mayo & Tinsley, 2009). Mayo och Tinsley (2009) menar att warm glow är en emotionell upplevelse som kan uppkomma ur individuella medvetna kognitiva processer hos den enskilde. I motsats till detta resonemang menar Elster (2011) att warm glow måste fungera som en omedveten motivation där individen måste tro att den agerar altruistiskt. Utförs däremot goda gärningar med ett medvetet motiv exempelvis för att förstärka sin självbild kan detta inte uppnås och därmed måste förklaringar till warm glow vid donationer involvera en form av självbedrägeri. Donationer görs även med syftet att undvika skuldkänslor, då man känner sig fri från skuld då man ger (Andreoni, 1989). Enligt Elster (2011) är det en effekt av givandet men menar dock att det inte räcker som förklaring till individers hjälpbeteende eftersom detta måste ske omedvetet. Konow (2010) anser att warm glow i sig själv inte motiverar hjälpbeteende utan att hjälpbeteende genererar både positiva och negativa känslor hos den som ger beroende på mottagaren. Man har även undersökt warm glow som en beteendemotiverande faktor hos blodgivare (Ferguson et al., 2012). Warm glow visade sig vara den starkaste motivationen för erfarna blodgivare och var associerat med upplevda positiva känslor i samband med blodgivandet. Utöver det visade sig warm glow vara associerat med identifierandet av sig själv som en god människa, en positiv förstärkning från andra och även undvikandet av negativa emotioner, exempelvis skuldkänslor om man inte skulle lämna blod.

Skuldkänslor är en negativ emotionell reaktion som uppkommer från självet, exempelvis då en individ bryter moraliska principer (Basil et al., 2008). Haidt (2003) menar att skuldkänslor får individen att tänka på hur det egna beteendet påverkar välbefinnandet hos andra och kan därmed få fördelaktiga konsekvenser eftersom det motiverar en ökad känsla av ansvarsfullhet. I enlighet med *Negative state relief model*

(Cialdini et al., 1987) utgör skuldkänslor ett obehagligt emotionellt tillstånd. Detta tillstånd motiverar människor att genomföra en handling för att minska skuldkänslorna genom att öka positiva känslor. Higgins (1997) menar med begreppet *approach motivation behavior* att individer vägleds av en möjlighet till positiva händelser, medan undvikande motiveras av *approach avoidance*, negativa oönskade händelser. Därmed kan tänkas att warm glow drivs av en vilja att uppnå mer positiva emotioner och att skuldkänslor drivs av en vilja att undvika negativa emotioner. Dock fann Schmader och Lickel (2006) att skuldkänslor i större utsträckning associerades med *approach motivation behavior*, med andra ord att skuldkänslor motiverar individen att sträva efter att försöka åtgärda situationen när det gäller situationer som är orsakade av andra.

Skuldkänslor kan både föregå och efterfölja en händelse (Basil et al., 2008). Därmed finns det en skillnad mellan skuldkänslor och förväntade skuldkänslor eftersom skuldkänslor uppkommer ur en individs tidigare handlingar medan förväntade skuldkänslor uppkommer just i den aktuella situationen där individen gör ett aktivt val och förväntar sig att känna skuld om personen ifråga väljer att inte hjälpa. Lindsey, Yun och Hill (2007) diskuterar skillnaden mellan förväntade skuldkänslor och skuldkänslor och menar att förväntade skuldkänslor kan skapas enbart av tanken på att göra något fel eller misslyckas att agera. Människor har ett behov av att undvika dessa känslor och blir därmed motiverade att agera på ett sätt som kommer hjälpa dem att undvika framtida skuldkänslor. Basil et al. (2008) undersökte förväntade skuldkänslor i samband med välgörenhet och fann att empati ökade förväntade skuldkänslor och att individer ägnar sig åt hjälpbeteende för att minska sina skuldkänslor.

Tidigare forskning har inte i vidare utsträckning gjort någon distinktion mellan hur warm glow och skuldkänslor separat påverkar hjälpbeteende. Cunningham, Steinberg och Grev (1980) undersökte dock skillnaden i hjälpmotivation av positivt humör och skuldkänslor. De undersökte de interagerande och separata effekterna av positivt humör och skuldkänslor till hjälpande i fyra olika kombinationer. Skuldkänslor manipulerades genom att deltagare fick veta att de hade tagit sönder en kamera av en experimentledare och positivt humör inducerades genom att deltagaren hittade mynt i en telefonkiosk. Dessutom ingick positiv eller negativ framställning vilket innebar olika formuleringar av hjälpkampanjer för insamling till behövande barn. Resultat visade att två av dessa kombinationer ökade hjälpbeteende, antingen genom en inducering av positivt humör och en positivt laddad framställning i hjälpkampanjen utan inducering av skuldkänslor, eller

inducering av skuldkänslor och en negativt laddad framställning i hjälpkampanjen utan inducering av positivt humör.

Då det saknas vidare forskning där dessa emotionella komponenters motiverande funktion vid hjälpbeteende undersökts separat kommer detta vara fokus för denna studie. Dessutom kommer de att undersökas i relation till två etablerade hjälpeffekter, IVE respektive PDE. Nedan tittar vi närmare på hur dessa effekter har undersökts i tidigare studier och deras eventuella emotionella kopplingar.

Identifiable victim effect

En effekt som visat sig öka hjälpmotivation är IVE som beskriver att människor är mer benägna att hjälpa ett identifierat offer (IV) där information om personens liv beskrivs i detalj, jämfört med ett statistiskt offer (SV) där ett liv enbart beskrivs statistiskt (Jenni & Loewenstein, 1997). Pionjärer inom detta område var Jenni och Loewenstein (1997), som undersökte de bakomliggande processerna för IVE vilket resulterade i fyra olika potentiella förklaringar. Dessa innefattade faktorer såsom *vividness*, att då personlig information ges om offret såsom bilder, namn och information om familj, genereras starkare hjälpmotivation. En andra förklaring som ges är att identifierade offer ofta tros kunna räddas med säkerhet medan statistiska offer bedöms som mer eller mindre sannolika att räddas. En tredje förklaring som ges är *ex post vs ex ante* bedömning, ett identifierat offer blir en faktisk person som tydligt behöver hjälp på en gång efter att något inträffat (*ex post*) vilket skapar en påtaglig ansvarskänsla hos den som hjälper. Då vi tar beslut om vi ska hjälpa ett statistiskt offer upplevs de som mer potentiella offer eftersom bedömningen görs i förväg (*ex ante*), därmed uppnås inte samma känsla av ansvar. Slutligen fann de i sin studie även ett starkt stöd för en fjärde förklaring, *reference group effect*, att hjälpmotivation påverkas av den proportion av offer som kan räddas, denna förklaring är väldigt snarlik PDE som vidare behandlas under rubriken *Proportion dominance effect* nedan. Detta tycks vara kopplat till att en enda individ, i motsats till en grupp, upplevs som en psykologisk sammanhängande enhet vilket gör att identifierade offer i sig själv blir sin egen referensgrupp medan statistiska offer sprids ut över en större folkmängd (Hamilton & Sherman, 1996; Jenni & Loewenstein, 1997).

De bakomliggande emotionella drivkrafterna för IVE har undersökts vidare i flera studier (Kogut & Ritov, 2005a, 2005b; Small & Loewenstein, 2003). Kogut och Ritov (2005a) fann stöd för IVE då de undersökte människors villighet att hjälpa enskilda identifierade offer. Resultat påvisade även att deltagare upplevde mer negativa emotioner

då offret var identifierat jämfört med då det var statistiskt, vilket kan indikera på att IVE drivs av deltagarnas emotionella reaktioner. Även Small och Loewenstein (2003) visade på att ett offer som är identifierat skapar mer affektiva reaktioner och omtanke om andra individer. Likaså vid vaga former av identifierbarhet, utan någon personlig information, var människor mer villiga att donera pengar då offret är bestämt snarare än obestämt. Senare års forskning har dock påvisat att IVE beror på detaljrikedomen i beskrivningen av det identifierade offret (Cryder, Loewenstein & Scheines, 2013). Detaljerna hade dock endast en betydelse då de genererade en känsla av en möjlighet av att kunna påverka hos individen.

Flera studier har på senare tid undersökt IVE och hjälpande vid katastrofer genom beteendemått där deltagarna fått möjlighet att donera faktiska pengar (Friedrich & McGuire, 2010; Kogut & Ritov, 2005a, 2005b; Small, Loewenstein & Slovic, 2007). Förutom att undersöka effekten genom identifierade och statistiska offer undersökte även Small et al. (2007) effekten genom identifierade offer innehållande statistisk information. Deltagarna fick fem endollarssedlar som de kunde välja att donera för att bekämpa svälten i Afrika. Resultatet visade att donationer till det identifierade offret var större än donationer till statistiska offer då deltagarna fick läsa hjälpkampanjer om identifierade offer och statistiska offer separat. Då ett identifierat offer kombinerades med statistiskt information minskade dock donationerna.

Kogut och Ritov (2005b) använde sig av beteendemått vid undersökning av IVE, där deltagarna kunde välja att donera de pengar som de fick för att vara med i studien och även om de ville donera mer pengar från egen ficka. De testade förutom IV i relation till SV även identifierat offer i relation till identifierad grupp av offer. Kogut och Ritov (2005b) undersökte också skillnaderna med hjälp av både *joint evaluation* och *separate evaluation*. *Joint evaluation* innebär att individer får göra en bedömning mellan två val med alternativa nivåer vilket gör det lättare att jämföra och se skillnader. I *separate evaluation* får varje individ bara bedöma ett av alternativen vilket gör det svårare att avgöra exakt hur bra eller dåligt alternativet är (Hsee & Zhang, 2004). Donationerna visade sig vara högre till det identifierade offret då deltagarna bedömde dessa med *separate evaluation*. Det omvända skedde när deltagare fick möjlighet att läsa kontexterna genom *joint evaluation*, då deltagarna donerade mer pengar till gruppen än till ett identifierat offer (Kogut & Ritov, 2005b).

I Friedrich och McGuires (2010) fältstudie fick deltagarna fem stycken endollarssedlar förslutna i ett kuvert. Efter att ha läst beskrivningar om olika kampanjer för

Röda Korset fick deltagarna välja vart de ville att pengarna skulle gå, till IV, till SV eller till en kampanj där IV och SV var kombinerade. Den faktiska hjälpmotivationen var högre till IV jämfört med både SV och den kombinerade versionen. Både deltagarnas emotionella upplevelse samt i vilken utsträckning de var rationella tänkare mättes. De som hade ett mer rationellt tänkande gav mer till de statistiska offren. Small et al. (2007) tittade också närmare på detta och menade att ett analytiskt tänkande har en påverkan på vår förmåga att uppleva emotioner för identifierade offer, det vill säga ett analytiskt tänkande minskade sympati vid bedömning av identifierade offer.

Proportion dominance effect

Proportion dominance effect (PDE) är nära relaterad till IVE. Effekten handlar om att hjälpmotivation ökar för offer då referensgruppen som de ingår i minskar och det har visat sig vara en stark effekt (Baron, 1997; Bartels, 2006). PDE kan förklaras av att människor reagerar mer på den proportion som kan räddas, snarare än en exakt siffra då den blir svår att utvärdera (Loewenstein & Small, 2007). *High rescue proportion* (HRP) syftar till en hög räddningsandel exempelvis 225 av 300 (75 %) där referensgruppen är liten. *Low rescue proportion* (LRP) syftar till en låg räddningsandel exempelvis 230 av 920 (25 %) då referensgruppen är stor (Baron, 1997; Bartels, 2006; Fetherstonhaugh et al., 1997; Jenni & Loewenstein, 1997).

Bartels (2006) undersökte PDE genom olika scenarier gällande både människor och olika djur. Samtliga scenarier visade signifikanta resultat för PDE i både *joint evaluation* och *separate evaluation*. Hsee, Loewenstein, Blount och Bazerman (1999) visade med hjälp av en variant från Fetherstonhaugh et al. (1997) studie, att PDE är robust vid bedömning även vid *separate evaluation*. Deltagarna fick läsa antingen en hjälpkampanjbeskrivning om möjligheten att antingen rädda 10 000 av 50 000 (20 %) utrotningshotade fåglar, eller 4000 av 5000 (80 %) utrotningshotade fåglar. Resultatet visade att de var mer benägna att rädda fåglarna i scenariot där störst andel kunde räddas.

Emotionella reaktioner har visat sig vara en vanligt förekommande motiverande faktor för hjälpbeteende (Loewenstein & Small, 2007; Slovic, 2007). Enligt Loewenstein och Small (2007) skapar HRP mer sympati än LRP. De visade även på att det motsatta sker då referensgruppen innehåller ett alltför stort antal vilket gör att offren försvinner i mängden och att människors rationella cost-benefit resonemang då leder till människors ovilja att hjälpa, vilket kan tänkas vara relaterat till det tidigare nämnda fenomenet *psychophysical numbing*. Fetherstonhaugh et al. (1997) fann att människor var mindre

villiga att rädda 4500 liv i Rwandas flyktingläger då storleken på lägren ökade. Detta indikerar på att räddningsåtgärder som skickas till mindre läger ses som mer fördelaktiga, det vill säga nyttan här blir större än att sända åtgärder till de större lägren. I ny forskning fann Erlandsson, Björklund och Bäckstöm (2013) att det är den upplevda nyttan som medierar PDE snarare än emotionella reaktioner såsom sympati.

Denna studie

Sammanfattningsvis har tidigare forskning visat att hjälpmotivation är större i HRP än i LRP (Baron, 1997; Bartels, 2006; Fetherstonhaugh et al., 1997) likaså att IV skapar mer hjälpmotivation än SV (Cryder et al., 2013; Jenni & Loewenstein, 1997; Kogut & Ritov, 2005a, 2005b). Emotioner har dock visat sig spela en viktig roll i samband med bedömningar (Slovic, 2007). I denna studie undersöks hur förväntad warm glow vid hjälpande respektive förväntade skuldkänslor vid icke-hjälpande kan påverka hjälpmotivation. Båda ses som egoistiska motiv till hjälpande men tidigare forskning har inte separerat förväntade skuldkänslor från förväntad warm glow i vidare utsträckning. Cunningham et al. (1980) visade dock att det kan finnas separata bakomliggande mekanismer till dessa två. Därmed tänker vi oss att skuldkänslor och warm glow kan fungera som olika motivationer till hjälpbeteende vid olika situationer. Frågan är i vilka situationer vi hjälper för att uppleva warm glow respektive i vilka situationer vi hjälper för att undvika skuldkänslor.

Olika emotioners motiverande inverkan på PDE har tidigare inte undersökts i särskilt stor utsträckning. Erlandsson et al. (2013) visade dock att upplevd nytta snarare än emotionella reaktioner för offret medierade PDE. Utifrån detta tänker vi oss att hjälpande i en HRP-situation förväntas generera mer positiva emotioner såsom warm glow eftersom det uppfattas som en större upplevd nytta. Hjälpande i LRP-situationer tros inte skapa lika positiva emotioner eftersom hjälpen upplevs som en droppe i havet. Warm glow har visat sig till största del uppkomma ur egoistiska motiv (Andreoni, 1989, 1990), som delar likheter med *approach motivation behavior*, att individer vägleds av en möjlighet till positiva händelser (Higgins, 1997). Denna skillnad i förväntad warm glow skulle kunna förklara skillnader i hjälpmotivation. Vi tänker oss att HRP skapar mer förväntad warm glow än LRP eftersom det då går att rädda en större proportion av liv och därmed ses som en större nytta. Denna upplevda nytta skulle vara mer associerat med *approach goals motivation*, det vill säga att man hjälper för att uppleva positiva emotioner, snarare än associerat med *approach avoidance*, det vill säga att hjälpa för att undvika skuldkänslor.

På liknande vis kan man tänka sig att undvikande av skuld känslor delar likheter med det som Higgins (1997) väljer att kalla *approach avoidance*. Då IVE uppkommer ur identifiering av offer, tänker vi oss att denna effekt genererar mer förväntade skuld känslor vid IV än vid SV. I forskning av Kogut och Ritov (2005a) såg man att identifierade offer skapade ökad *distress* och även mer motivation till hjälpande. Vi tänker oss därför att i ett scenario där individen inte hjälper ett identifierat offer kommer detta troligen att generera mer förväntade skuld känslor jämfört med ett scenario där individen inte hjälper ett statistiskt offer. Ju mer förväntade skuld känslor individen upplever desto mer benägen blir troligen individen att undvika dessa emotioner genom att ägna sig åt hjälpbeteende.

Sammanfattningsvis är hypoteserna för studien: 1) Större hjälpmotivation i HRP jämfört med LRP. 2) Större hjälpmotivation i IV jämfört med SV. 3a) Stor skillnad i förväntad skuld vid icke-hjälpande mellan IV och SV, 3b) Liten eller ingen skillnad i förväntad warm glow vid hjälpande mellan IV och SV, 4a) Stor skillnad i förväntad warm glow vid hjälpande mellan HRP och LRP, 4b) Liten eller ingen skillnad i förväntad skuld vid icke-hjälpande mellan HRP och LRP.

Metod

Deltagare

Initialt ingick 250 deltagare i studien. Tre av deltagarna uteslöts på grund av ofullständigt ifyllda enkäter vilket resulterade i oanvändbara svar, därmed återstod 247 deltagare av vilka 158 var kvinnor och 88 var män (en deltagare fyllde inte i kön). Studien innefattade totalt åtta betingelser. Deltagarna rekryterades individuellt vid Lunds universitets olika institutioner och randomiserades till de olika betingelserna. Medelålder var 22.37 år ($SD = 3.77$).

Material

Studien utformades som en *within-subjects design*, där varje deltagare genomförde båda betingelser (HRP och LRP eller IV och SV). Fördelar med *within-subjects designs* är att ett större antal deltagare ökar den statistiska styrkan jämfört med en *between-subjects design*, där olika deltagare används för de olika betingelserna. Vidare föreligger en minskad risk för att faktiska skillnader äts upp av individuella skillnader mellan de olika betingelserna, då samma individer skattar sina svar i de olika betingelserna. Dock föreligger även problem med *within-subjects design*, i många fall presenteras de två olika kontexterna direkt efter varandra vilket medför en risk att deltagarna genomskådar hypotesen. Denna

risk kunde i vår studie minskas genom att använda två olika men ändå snarlika kontexter. Även ordningseffekter kan vara ett problem i en *within-subjects design*, detta undveks genom att balansera de olika versionerna (Shaughnessy, Zechmeister & Zechmeister, 2012).

Tre faktorer varierades mellan deltagarna i en 2 x 2 x 2 design: effekten som undersöktes (IVE eller PDE), i vilken ordning kontexterna presenterades i (IV/HRP först eller SV/LRP först), varm glow eller skuldkänslor som motivation till hjälpande (tänk dig att du hjälper eller tänk dig att du inte hjälper). Hälften av deltagarna genomförde således en enkät där PDE undersöktes och hälften av deltagarna genomförde en enkät där IVE undersöktes. En enkät på sex sidor konstruerades och skapades i totalt åtta olika versioner. Första sidan gav instruktioner för ifyllandet av enkäten samt information om anonymitet. Varje enkät innehöll två korta kampanjbeskrivningar som deltagarna uppmanades att läsa. Kampanjbeskrivningarna baserades på riktiga organisationer och deras faktiska kampanjer. Organisationerna som användes för PDE var Naturskyddsföreningen och Världsnaturfonden och för IVE användes UNICEF och Rädda Barnen vilket bedömdes som snarlika och trovärdiga organisationer. För PDE inspirerades kontexterna av Bartels (2006), som fann signifikanta resultat då han inte bara använde sig av kontexter gällande människor utan även gällande djur. De fyra kampanjbeskrivningarna valdes ut baserat på resultatet av en pilotstudie som omfattade 80 deltagare, som utfördes i syfte att hitta likvärdiga kontexter (se Appendix A).

För att mäta PDE användes texter om djur i behov av hjälp (se Appendix B). Två olika kontexter för PDE, havsörn och knubbsäl användes. Varje deltagare läste båda kontexterna direkt efter varandra. En av kontexterna var alltid i HRP, exempelvis att 190 av 200 (95 %) kunde räddas och den andra alltid i LRP, exempelvis 190 av 1500 (12 %) kunde räddas. Vilken kontext som kom i vilken version var balanserat, det vill säga lika många deltagare läste havsörn i HRP som knubbsäl i HRP och havsörn i LRP som knubbsäl i LRP. Varje deltagare skattade både sina förväntade känslor och sin abstrakta hjälpmotivation för både HRP och LRP. Då det fanns två olika kontexter blev det mindre uppenbart att det enbart var skillnaden i räddningsprocent som mättes. Informationen presenterades på samma sida för att underlätta ett jämförande mellan de båda hjälpkampanjerna och fick därmed en hjälpmotivationspoäng för HRP och en hjälpmotivationspoäng för LRP.

För att mäta IVE användes texter om behövande barn i Gaza respektive Syrien (se Appendix C). Varje deltagare läste båda kontexterna direkt efter varandra. En av

kontexterna var alltid i *identifiable victim* (IV) och den andra alltid i *statistical victim* (SV). IV-versionen bestod av bakgrundsinformation samt fotografi, namn och ålder på ett barn (en pojke) samt hans familjeförhållande och situation för att skapa en identifierbarhetseffekt. SV- versionen bestod av samma bakgrundsinformation, men informationen som skapade identifierbarhet ersattes med statistisk information. Vilken kontext som kom i vilken version var balanserat, det vill säga lika många deltagare läste Gaza i IV som Syrien i IV och Gaza i SV som Syrien i SV. Varje deltagare skattade både sina förväntade känslor och sin abstrakta hjälpmotivation för både IV och SV. Då det fanns två olika kontexter blev det mindre uppenbart att det enbart var skillnaden i identifierbarhet som mättes. Informationen presenterades på samma sida för att underlätta ett jämförande mellan de båda hjälpkampanjerna.

Hälften av enkäterna innefattade frågor om förväntad warm glow (tänk dig att du stödjer) och andra hälften av enkäterna innefattade frågor om förväntade skuldkänslor (tänk dig att du inte stödjer). Hälften av deltagarna uppmanades därmed att tänka sig in i hur de skulle känna om de stödde respektive kampanj och andra hälften hur de skulle känna om de inte stödde respektive kampanj och därefter svara på fem frågor. I versionen där deltagarna skulle tänka sig in i hur de skulle känna sig om de stödde kampanjen, användes exempelvis frågor som ”Skulle du känna en positiv känsla om du stödjer denna kampanj?” (se Appendix B). I versionen där deltagaren skulle tänka sig in hur de skulle känna att inte stödja kampanjen, användes exempelvis frågor som ”Skulle du känna skuldkänslor om du inte stödjer denna kampanj?” (se Appendix C). Deltagarna fick skatta sitt svar genom att ringa in en siffra på en Likertskala, där 0 angav ”Nej, inte alls” och 6 angav ”Ja, extremt mycket”. Vidare fick deltagaren svara på tre olika frågor gällande sin abstrakta hjälpmotivation (exempelvis ”Hur motiverad att hjälpa blir du när du läser om denna kampanj?”) för båda versioner på en Likertskala som den som användes för den första frågeställningen.

Avslutningsvis, för att inte bara använda självskattade mått inkluderades i denna studie även ett beteendemått. Deltagarna fick fyra femkronor i ett kuvert tillsammans med enkäten vilket gav deltagarna en möjlighet att donera riktiga pengar. Därmed fick vi fram ett mått på faktisk hjälpmotivation. Enligt instruktionerna fick deltagarna veta att pengarna var deras och att de fick behålla dem om de ville, men att de även hade en möjlighet att anonymt skänka valfritt belopp till de kampanjer som tidigare beskrivits. I likhet med studien av Zagefka et al. (2011) använde vi oss av fyra mynt för att deltagarna skulle ha en möjlighet att fördela sina pengar. De uppmanades även att använda pengarna för att visa

hur motiverade de var att bidra till de olika kampanjerna samt informerades om att pengarna oavkortat skulle gå till de organisationer som beskrivits om de valde att donera pengarna. Deras val redovisades genom att kryssa i hur mycket de ville skänka till respektive kampanj samt hur mycket de ville behålla själva. Deltagarna ombads slutligen svara på frågor om kön och ålder samt att försluta kuvertet och lägga det i en låda för att donationen skulle vara anonym.

Procedur

Deltagarna tillfrågades om de skulle vilja fylla i en enkät om vad de tyckte om olika hjälpkampanjer och informerades om att den skulle ta cirka fem till tio minuter att genomföra. Totalt fanns åtta olika versioner av enkäten som lades i olika kuvert. Kuverten delades ut i randomiserad ordning där experimentledarna var blinda för vilken version av enkäterna som kuverten innehöll. Kuvertet innehöll även fyra femkronor. Deltagarna instruerades att genomföra enkäten individuellt samt att deras medverkan var anonym. För att minimera experimentledarnas påverkan och för att säkerställa anonymiteten gick experimentledarna en bit bort under tiden enkäten fylldes i. Då deltagarna genomfört enkäten uppmanades de genom skriftliga instruktioner att lämna det förslutna kuvertet i en låda, därmed minimerades risken för att deras beslut angående pengarna skulle avslöjas för experimentledarna. Alla pengar som donerades till respektive hjälpkampanj skänktes sedan till de olika organisationerna.

Resultat

Sammantaget fick hälften av deltagarna skatta förväntad warm glow, den andra hälften fick skatta förväntade skuldkänslor. Samtliga deltagare fick skatta abstrakt hjälpmotivation, hälften för PDE och hälften för IVE. Samtliga deltagare fick även möjlighet att använda sina fyra femkronor för att visa sin faktiska hjälpmotivation. Den interna reliabiliteten för de olika frågorna i enkäten undersöktes med Cronbach Alpha. För samtliga versioner, var abstrakt hjälpmotivation $\alpha > .84$, förväntad warm glow $\alpha > .85$ och förväntade skuldkänslor $\alpha > .90$. Resultatet indikerade på att samtliga frågor för respektive förväntad warm glow, förväntade skuldkänslor samt abstrakt hjälpmotivation mätte samma sak. Därmed kunde varje variabels olika items slås samman till en total förväntad warm glow-poäng, en total förväntad skuldkänsla-poäng samt en total abstrakt hjälpmotivationspoäng.

Hälften av deltagarna skattade sin förväntade warm glow vid hjälpande och hälften av deltagarna skattade sina förväntade skuldkänslor vid icke-hjälpande, vilket gav ett

medelvärde för varje person för respektive manipulation. Varje deltagare skattade dessutom både sin abstrakta och faktiska hjälpmotivation för både HRP och LRP vilket gav ett individuellt poäng för varje version. Ett paired samples t-test genomfördes som visade att abstrakt hjälpmotivation var signifikant högre i HRP-versionen ($M = 3.44$, $SD = 1.19$) jämfört med LRP- versionen ($M = 2.86$, $SD = 1.25$), $t(122) = 6.22$, $p < .001$, $\eta^2 = .24$ vilket enligt Cohen (1988) indikerar på en stor effektstorlek¹. Därmed replikerades PDE i den aktuella studien i linje med hypotes 1. Ett andra paired samples t-test visade att även warm glow var signifikant högre i HRP-versionen ($M = 4.04$, $SD = 1.09$) jämfört med LRP- versionen ($M = 3.76$, $SD = 1.08$), $t(61) = 3.34$, $p = .001$, $\eta^2 = .15$, vilket var i linje med hypotes 4a. Ett tredje paired samples t-test visade att även förväntade skuldkänslor var signifikant högre i HRP-versionen ($M = 2.01$, $SD = 1.30$) jämfört med LRP- versionen ($M = 1.63$, $SD = 1.18$), $t(60) = 3.95$, $p < .001$, $\eta^2 = .21$, därmed fann vi inget stöd för hypotes 4b. För att undersöka faktisk hjälpmotivation utfördes ett paired samples t-test vilket visade att faktisk hjälpmotivation var signifikant högre i HRP-versionen ($M = 10.50$, $SD = 4.45$) jämfört med LRP- versionen ($M = 7.85$, $SD = 4.05$), $t(122) = 4.17$, $p < .001$, $\eta^2 = .12$. Resultatet innebär att deltagarna skänkte i genomsnitt 10,50 kronor då kontexten beskrevs i HRP jämfört med 7,85 kronor då kontexten beskrevs i LRP. PDE undersöktes även genom ett antal independent samples t-test, där resultaten för havsörn och knobbsäl togs fram separat för HRP och LRP (se Tabell 1).

För IVE genomfördes ett paired samples t-test som visade att abstrakt hjälpmotivation var signifikant högre i IV-versionen ($M = 4.02$, $SD = 1.17$) jämfört med SV- versionen ($M = 3.85$, $SD = 1.17$), $t(122) = 2.46$, $p = .015$, $\eta^2 = .05$. Därmed fick hypotes 2 stöd i den aktuella studien och IVE replikerades. Ett andra paired samples t-test visade att även warm glow var signifikant högre i IV-versionen ($M = 4.22$, $SD = 1.11$) jämfört med SV- versionen ($M = 3.99$, $SD = 1.12$), $t(60) = 2.99$, $p = .004$, $\eta^2 = .13$, vilket ej gav stöd för hypotes 3b. Ett tredje paired samples t-test visade att även förväntade skuldkänslor var signifikant högre i IV-versionen ($M = 2.05$, $SD = 1.37$) jämfört med SV- versionen ($M = 1.88$, $SD = 1.28$), $t(61) = 2.83$, $p = .006$, $\eta^2 = .12$, vilket var i linje med hypotes 3a. Även för IVE utfördes ett paired samples t-test för att undersöka faktisk hjälpmotivation mellan IV- versionen ($M = 9.85$, $SD = 4.25$) och SV-versionen ($M = 9.95$,

¹ Effektstorleken för paired-samples t-test beräknades genom Eta squared. Eta Squared = $[t^2/t^2 + (N-1)]$. Enligt Cohens kriterier tolkas effektstorleken som följer: .01 indikerar en liten effekt, .06 indikerar en medium effekt och .14 indikerar en stor effekt.

$SD = 4.15$), $t(123) = -.19$, $p = .848$. Därmed visade resultatet inte på någon signifikant skillnad i faktisk hjälpmotivation då 9,85 kronor donerades då kontexten beskrevs i IV och 9,95 kronor då kontexten beskrevs i SV. IVE undersöktes även genom ett antal independent samples t-test, där resultaten för Gaza och Syrien togs fram separat för IV och SV (se Tabell 2).

Tabell 1

Resultat av Independent samples t-test för PDE. Visar medelvärde och (SD) för HRP- och LRP-versioner i de fyra olika betingelserna. Signifikant p-värde indikerar signifikant skillnad mellan HRP och LRP.

	Förväntad Warm glow			Förväntade skuldkänslor			Abstrakt hjälpmotivation			Faktisk hjälpmotivation		
	HRP	LRP	<i>p</i>	HRP	LRP	<i>p</i>	HRP	LRP	<i>p</i>	HRP	LRP	<i>p</i>
Havsörn	4.01 (1.21)	3.68 (1.08)	.253	1.86 (1.32)	1.65 (1.01)	.500	3.33 (1.22)	2.93 (1.27)	.077	10.30 (4.85)	8.20 (3.40)	.006
Knubbsäl	4.07 (.98)	3.84 (1.09)	.382	2.16 (1.28)	1.60 (1.34)	.101	3.56 (1.17)	2.80 (1.23)	.001	10.65 (4.05)	7.50 (4.60)	.000

¹ *High rescue proportion* (HRP) innebär att en liten referensgrupp används, exempelvis 190 av 200 (95 %) kan räddas

² *Low rescue proportion* (LRP) innebär att en stor referensgrupp används, exempelvis 190 av 1500 (12 %) kan räddas

³ Faktisk hjälpmotivation är deltagarnas faktiska bidrag i SEK

Tabell 2

Resultat av Independent samples t-test för IVE. Visar medelvärde och (SD) för SV- och IV-versioner i de fyra olika betingelserna. Signifikant p-värde indikerar signifikant skillnad mellan SV och IV.

	Förväntad Warm glow			Förväntade skuldkänslor			Abstrakt hjälpmotivation			Faktisk hjälpmotivation		
	IV	SV	<i>p</i>	IV	SV	<i>p</i>	IV	SV	<i>p</i>	IV	SV	<i>p</i>
Gaza	4.11 (1.10)	4.05 (1.16)	.845	1.93 (1.29)	1.94 (1.27)	.984	3.96 (1.25)	3.69 (1.08)	.201	8.95 (4.55)	9.85 (3.80)	.232
Syrien	4.33 (1.14)	3.93 (1.09)	.162	2.18 (1.46)	1.83 (1.30)	.323	4.07 (1.09)	4.01 (1.25)	.781	10.70 (3.70)	10.10 (4.50)	.394

¹ *Identifiable victim* (IV) innebär att detaljerad information såsom foto, namn, ålder, situation och familjeförhållande framhävs.

² *Statistical victim* (SV) innebär att generell statistisk information ges.

³ Faktisk hjälpmotivation är deltagarnas faktiska bidrag i SEK

Sambandet mellan förväntade emotioner vid hjälpande/icke-hjälpande och hjälpmotivation

En bivariat korrelation utfördes för att undersöka sambandet mellan differensvärden av de olika variablerna, förväntad warm glow, förväntade skuldkänslor och abstrakt hjälpmotivation. Resultaten av de olika variablerna i HRP subtraherades med resultaten av de olika variablerna i LRP. På detta sätt fick vi fram en skillnad i form av differensvärde mellan de olika versionerna. Samma procedur genomfördes för IVE (IV-SV). Korrelationen mellan differensvärdet (HRP- LRP) i abstrakt hjälpmotivation och differensvärdet i förväntad warm glow (HRP-LRP) var signifikant ($r = .754$)².

Korrelationen mellan differensvärdet (HRP- LRP) i abstrakt hjälpmotivation och differensvärdet i förväntade skuldkänslor (HRP-LRP) visade på en medelstark, signifikant korrelation ($r = .494$). Resultaten indikerar på att man bättre kan predicera skillnader i hjälpmotivation mellan HRP och LRP med hjälp av skillnader i förväntad warm glow än med hjälp av skillnader i förväntade skuldkänslor. Korrelationen mellan differensvärdet abstrakt hjälpmotivation och differensvärdet av förväntad warm glow mellan IV-versionen och SV-versionen visade även den en signifikant korrelation ($r = .485$). Korrelationen mellan abstrakt hjälpmotivation och differensvärden av förväntade skuldkänslor mellan IV-versionen och SV-versionen visade också på en signifikant korrelation ($r = .489$). Med andra ord så kan skillnader i abstrakt hjälpmotivation mellan IV och SV prediceras ungefär lika bra med skillnader i förväntad warm glow som med skillnader i förväntade skuldkänslor.

Hjälpande respektive icke-hjälpande som affektiv priming

Det är möjligt vår manipulation fungerar som en affektiv priming. Att tänka sig att man hjälper kommer kanske försätta människor i mer positiva känslöstämningar än att tänka sig att man inte hjälper. Detta är inte en del av våra ursprungliga hypoteser men intressant ur ett explorativt perspektiv. Vi undersökte om de olika versionerna, a (tänk dig att du stödjer) eller b (tänk dig att du inte stödjer) påverkar deltagarnas hjälpmotivation (se Tabell 3). Först undersöktes om differensvärdet i abstrakt hjälpmotivation och skillnaden i faktisk hjälpmotivation mätte samma sak. En korrelation utfördes för att undersöka sambandet mellan differensvärden av abstrakt hjälpmotivation och faktisk hjälpmotivation för PDE ($r = .630$) vilket tyder på ett starkt samband (Cohen, 1988). Samma procedur genomfördes för IVE ($r = .617$) vilket även det tyder på ett starkt samband (Cohen, 1988).

² För att bestämma styrkan av sambandet föreslår Cohen (1988) riktlinjer för att kunna göra en tolkning av korrelationen: $r = .10$ till $.29$ innebär ett litet samband, $r = .30$ till $.49$ innebär medium och $r = .50$ till 1.0 indikerar ett starkt samband.

Resultatet gjorde det rimligt att slå ihop abstrakt och faktisk hjälpmotivation till en total hjälpmotivationsvariabel. Dock konverterades först poängen för respektive variabel till z-värden eftersom de båda mättes på olika skalor. Därefter utfördes ett independent samples t-test för att undersöka påverkan på total hjälpmotivation. Varken HRP-versionen ($t(121) = -.327, p = .744$) eller LRP-versionen ($t(121) = .438, p = .622$) visade någon signifikant påverkan av stödja eller inte stödja-versionerna. Däremot visade manipulationen ha en signifikant påverkan gällande IV-versionen ($t(122) = 2.381, p = .019$) men inte på SV-versionen ($t(122) = .807, p = .421$). Detta kan tolkas som att positiv priming (tänk dig hur du skulle må om du hjälpte) ger mer hjälpmotivation än negativ priming (tänk dig hur du skulle må om du inte hjälpte), men endast om det är ett identifierat offer. Om offret är statistiskt så påverkas inte hjälpmotivationen av positiv priming lika mycket.

Tabell 3

Resultat av independent samples t-test mellan stödja och inte stödja versionerna i HRP respektive LRP samt IV respektive SV i medelvärde samt p-värde

	Stödja	Inte stödja	p
HRP Abstrakt hjälpmotivation	3.43	3.45	.914
Faktisk hjälpmotivation	10.30	10.65	.680
LRP Abstrakt hjälpmotivation	2.96	2.77	.409
Faktisk hjälpmotivation	7.80	7.85	.950
IV Abstrakt hjälpmotivation	4.22	3.81	.050
Faktisk hjälpmotivation	10.55	9.10	.055
SV Abstrakt hjälpmotivation	4.00	3.70	.159
Faktisk hjälpmotivation	9.90	10.00	.914

¹Abstrakt hjälpmotivation är deltagarnas skattade hjälpmotivation från 0-6

²Faktisk hjälpmotivation är deltagarnas faktiska bidrag i SEK

Diskussion

Syftet med denna studie var att undersöka hur förväntad warm glow och förväntade skuld känslor påverkar motivation till hjälpande, vilket undersöktes i relation till två etablerade effekter som visat sig vara framträdande gällande benägenhet att hjälpa (PDE och IVE). PDE visar att människor är mer benägna att hjälpa då offren är en del av en liten referensgrupp. IVE handlar om att människor är mer benägna att hjälpa ett identifierat offer än ett statistiskt offer. Både PDE och IVE replikerades vilket var i linje med de två första hypoteserna för studien. För IVE uppvisades signifikant mer hjälpbeteende då offret

var identifierat jämfört med då offret var statistiskt vilket är i linje med tidigare forskning (Jenni & Loewenstein, 1997; Kogut & Ritov, 2005a, 2005b; Small & Loewenstein, 2003). För PDE uppvisades signifikant mer hjälpbeteende då offren var en del av en liten referensgrupp jämfört med då det var en del av stor referensgrupp vilket även det är i linje med tidigare forskning (Baron, 1997; Bartels, 2006; Loewenstein & Small, 2007). Sammantaget ger denna studie fortsatt stöd till de båda effekterna.

Den emotionella reaktionen till offer tros utgöra en viktig motiverande funktion vid hjälpbeteende (Kogut & Ritov, 2005a, 2005b; Slovic, 2007). Cunningham et al. (1980) visade att positivt humör och skuldkänslor kan förklaras som två olika motivationer till hjälpbeteende. För den aktuella studien valde vi att separera förväntade skuldkänslor vid icke-hjälpande från förväntad warm glow vid hjälpande, då vi tänkte oss att olika emotionella reaktioner kan predicera hjälpbeteende olika bra i olika situationer. Resultatet visar att förväntade skuldkänslor är högre i IV jämfört med SV vid icke-hjälpande. Därmed kan antydast att motivation till hjälpande vid IVE i viss grad påverkas av undvikande av skuldkänslor, vilket är i linje med hypotes 3a. Dock visar resultatet även på en signifikant skillnad i warm glow vid hjälpande mellan IV och SV vilket går emot hypotes 3b där vi förväntade oss att finna en liten eller ingen skillnad i förväntad warm glow vid hjälpande mellan IV och SV. Resultatet för PDE visar att deltagarna uppvisar mer warm glow i HRP jämfört med LRP, det vill säga att motivation till hjälpande till en viss grad påverkas av förväntad warm glow vid hjälpande, vilket är i linje med hypotes 4a. Enligt hypotes 4b förväntade vi oss finna en liten eller ingen skillnad vid förväntade skuldkänslor mellan HRP och LRP, vilket i resultatet inte fick något stöd. Denna studie kan därmed inte säga något om vilka emotioner som bäst motiverar hjälpbeteende för IVE respektive PDE. Resultaten kan dock tänkas vara i linje med *Affect heuristic* som menar att människor använder emotioner för att göra bedömningar, och att offer som skapar starkare emotioner därmed ökar benägenheten att sätta värde på och hjälpa offret (Finucane et al., 2000; Slovic, 1997). Resultatet kan även tänkas vara i linje med *Negative state relief model* (Cialdini et al., 1987), det vill säga att skuldkänslor utgör ett obehagligt emotionellt tillstånd som motiverar människor att hjälpa för att minska skuldkänslorna och öka de positiva känslorna.

En svag tendens på att det skulle kunna finnas något stöd för hypotes 4b kan urskiljas då korrelationen mellan abstrakt hjälpmotivation i differensvärde och förväntad warm glow i differensvärde mellan HRP-versionen och LRP-versionen visade sig vara signifikant. Den visade sig även vara starkare än motsvarande korrelation för förväntade

skuldkänslor. Därmed kan tänkas att motivation för hjälpande i PDE bättre kan prediceras av förväntad warm glow än förväntade skuldkänslor vilket skulle kunna ge viss indikation på att hypotesens riktning stämmer.

Ett intressant fynd framkom även då vi utanför huvudstudien undersökte om vår manipulation, att tänka sig in att man hjälper alternativt inte hjälper, kan ha fungerat som en affektiv priming. Resultatet visade att manipulationen hade en signifikant påverkan gällande identifierat offer. Detta kan tolkas som att positiv priming ger mer hjälpmotivation än negativ priming i detta sammanhang. Dessutom har positiva emotioner i sig visat sig öka hjälpbeteende (Isen & Levin, 1972). Att tänka sig att man hjälper ett identifierat offer skulle kanske kunna försätta människor i ett mer positivt känsloläge, vilket skulle kunna leda till ett ökat hjälpbeteende. Detta är intressant eftersom det kan tyda på att en hjälpkampanj som utformas för att försöka få människor att känna sig glada över att de ger, istället för att få dem att känna skuld för att de inte ger, bättre skulle kunna motivera hjälpande. Förslagsvis skulle detta kunna undersökas närmare i mer naturalistiska miljöer, såsom Cunningham et al. (1980) som bedrev faktiska insamlingar under olika paroller som spelade antingen på skuldkänslor eller på de positiva emotioner som skulle kunna uppnås genom hjälpande. Manipulationsresultatet ger även ett visst stöd för att warm glow och skuldkänslor fungerar som separata motiverande mekanismer till hjälpande i likhet med studien av Cunningham et al. (1980).

Metodologisk diskussion

Valet av att använda en *within-subjects design* betraktas som en styrka med studien då denna design inte påverkas i lika stor utsträckning av individuella skillnader. Varje deltagare fick bedöma kontexterna i HRP och LRP eller IV och SV sidan av varandra då det underlättade bedömningen av kontexterna. Dock användes i denna studie inte någon ren form av *joint evaluation*, istället användes två kontexter som skiljde sig från varandra men som var balanserade. Detta gjordes för att undvika problem som kan uppkomma då man använder sig av *joint evaluation* då hypotesen lätt kan genomskådas. Om Gaza i IV och Gaza i SV presenterats sidan av varandra skulle det troligen blivit för uppenbart för deltagarna. PDE har visat sig vara robust både vid *separate evaluation* och *joint evaluation* (Bartels, 2006; Fetherstonhaugh et al., 1997), medan IVE har varit svårare att finna i *joint evaluation* (Kogut & Ritov, 2005b). Därmed kan det anses vara en styrka att IVE framkom i den aktuella studien. Hsee och Zhang (2004) menar att individer som blir presenterade för mer än ett alternativ får det lättare att jämföra och se en skillnad mellan alternativen.

Deltagare i en *separate evaluation* har endast ett alternativ som presenteras och därmed kan det medföra svårigheter att göra en bedömning, då det inte finns något annat att relatera till.

Kogut och Ritov (2005b) visade att när deltagare bedömde ett identifierat offer eller en identifierad grupp separat, blev donationerna högre för det identifierade offret. Det omvända skedde när deltagare fick möjlighet att läsa kontexterna genom *joint evaluation*, det vill säga att deltagarna donerade mer pengar till gruppen än till ett identifierat offer. Genom att presentera samtliga kontexter i den aktuella studien vid sidan av varandra, genererades ett aktivt bedömningstillstånd där deltagarna fick en möjlighet att göra en direkt jämförelse. Ritov och Baron (2011) undersökte hur bedömningar påverkades av att presentera alternativ sida vid sida. De fann att *joint evaluation* verkar öka inflytandet av kognitiva bedömningar och minska det emotionella inflytandet. Detta kan tänkas ha påverkat självskattningarna på förväntade skuld känslor och förväntad warm glow och bidragit till en förklaring om varför en större skillnad uteblev.

I denna studie inkluderades även ett beteendemått. Resultatet visade en signifikant skillnad mellan HRP och LRP men inte mellan IV och SV. Vi tänker oss att det fanns en svårighet i fördelningen av pengarna mellan IV och SV då båda kontexterna var snarlika och handlar om att hjälpa utsatta barn i krigssituationer. En av kontexterna rörde den för närvarande mycket aktuella situationen Syrien, vilket kan ha genererat mer hjälpmotivation och bidragit till den jämna fördelningen. Dessutom tänker vi att valet av att använda barn i kontexterna skapade starka reaktioner. Resultatet hade kanske sett annorlunda ut om vi valt att använda mindre emotionellt laddade kontexter. En annan möjlig förklaring till den svaga skillnaden gällande faktisk hjälpmotivation mellan de olika betingelserna i IVE kan vara att ett jämnt antal mynt användes i studien. Måhända hade resultatet sett annorlunda ut om man haft ett ojämnt antal mynt såsom Loewenstein och Slovic (2007), då deltagarna i högre utsträckning hade tvingats till att ta ett beslut åt ena eller andra hållet och inte fördela pengarna lika. Ett annat alternativ hade varit att i likhet med Kogut och Ritov (2005b) instruera deltagarna om möjligheten att donera mer pengar från egen ficka. Likaså hade resultatet kanske sett annorlunda ut om man använt en större summa pengar, då deltagarna kanske i större utsträckning behållit en del av pengarna.

Begränsningar med studien

Denna studie använde sig av självskattningsformulär vilket kan medföra generella problem som kan drabba de flesta undersökningar som använder detta mätinstrument. Både

social önskvärdhet och sociala normer kan ha inverkat då deltagarna gett sina svar. Gällande hjälpsituationer så säger kanske individer sig hjälpa eftersom de tror att det är den mest socialt accepterade attityden att ha. Kogut och Ritov (2005a) diskuterar att detta i synnerhet gäller då man mäter empatiska känslor men inte i lika stor utstäckning då man mäter distress. Dock kan det kanske vara så att deltagarna svarar högt på frågor om skuldkänslor eftersom det förväntas att man ska känna skuld då man inte hjälper utsatta barn, oavsett om det är identifierat eller inte. Detta skulle kunna förklaras genom *Empathy – specific punishment hypothesis*, det vill säga att det finns konsekvenser exempelvis i form av skuldkänslor då vi väljer att inte hjälpa (Batson, 2011). Detta skulle även ha kunnat bidra till det faktum att deltagarna fördelade pengarna relativt lika över de båda betingelserna. Enligt Shaughnessy et al. (2012) är den bästa metoden för att minimera risken vid reaktiva mätningar att man är medveten om problemet.

Ett annat problem som kan ha påverkat resultatet var att deltagarna uppmanades att tänka sig in i hur de skulle känna om de stödde alternativt inte stödde hjälpkampanjen. En möjlighet är att denna hypotetiska begäran på att tänka sig in i en situation krockade med deras personliga uppfattningar vilket kan ha försvårat bedömningen då de skulle skatta sina svar på frågorna om förväntad warm glow respektive förväntade skuldkänslor. Förväntade emotioner är sekundära reaktioner eftersom deltagarna får tänka sig in i möjligheten att stödja respektive inte stödja. Skuldkänslor har visat sig vara svårt att manipulera fram så att det uppnår en effekt (Basil et al., 2008). Resultatet hade kanske sett annorlunda ut om vi använt oss av faktiskt upplevda emotioner, exempelvis såsom Cunningham et al. (1980) som inducerade skuldkänslor genom att få deltagarna att tro att de hade förstört experimentledarens kamera. Man skulle även i likhet med studien av de Hooge, Nelissen, Breugelmans och Zeelenberg (2011) kunna inducera skuldkänslor genom att deltagarna får skriva ner en personlig erfarenhet där de upplevt skuldkänslor och sedan tänka på personen som de kände skuld emot.

En tänkbar förklaring till att skillnader i förväntad warm glow och förväntade skuldkänslor mellan PDE och IVE uteblev kan eventuellt även bero på kontexternas karaktär. Kontexterna för IVE var mycket känsloladdade och innefattade högaktuella katastrofkampanjer, vilket kan ha bidragit till de höga poängen på både förväntade skuldkänslor och förväntad warm glow. Gällande PDE, där kontexterna handlade om djur var kontexterna kanske inte tillräckligt engagerande för att förväntad warm glow på ett optimalt sätt skulle kunna uppnås. Om möjligt skulle man använt samma typ av kontext och manipulerat antingen räddningsprocent eller identifierbarhet.

En annan tänkbar förklaring till likheten mellan resultaten i förväntad warm glow och förväntade skuldkänslor för PDE respektive IVE är att PDE i sig utgör en så stor del av att förklara IVE att skillnaden mellan de olika betingelserna därmed kanske försvinner. Detta har bland annat diskuterats av Friedrich och McGuire (2010) och Small et al. (2007) som menar att PDE och IVE delar flera likheter. PDE kan därmed vara för nära relaterad till IVE för att det ska gå att hitta en skillnad i påverkan av förväntade skuldkänslor och förväntad warm glow.

En begränsning med resultatet är att det inte går att generalisera då samtliga deltagare rekryterades i anslutning till olika institutioner vid Lunds Universitet och därmed inte är något representativt urval för Sveriges befolkning i stort. Det går inte heller att säga något om resultatets giltighet i andra kulturer, då det skulle kunna föreligga stora skillnader gällande PDE och IVE exempelvis mellan individualistiska och kollektivistiska kulturer. Olika händelser utlöser olika emotioner beroende på att de tillskrivs en mening, vilket troligen påverkas av vilken kultur individen tillhör. Kollektivistiska kulturer ser oftare gruppen som viktigare än den enskilda individen, där självet inte är skarpt avgränsat från den sociala kontexten utan mer förenat med andra. Ofta finns i den kollektivistiska kulturen en större känslighet för hur ens medmänniskor känner och tänker (Markus & Kitayama, 1991). Ytterligare forskning på området krävs därför för att kunna uttala sig om hur det ser ut i andra kulturer.

Vidare forskning

Emotioners påverkan på hjälpbeteende har undersökts i tidigare forskning (Cunningham et al., 1980; Slovic, 2007; Slovic & Västfjäll, 2010) men förväntad warm glow och förväntade skuldkänslor har inte tidigare separerats. Vi anser att även om vi inte fann något tydligt stöd för dessa emotioners separata motiverande funktioner i denna studie är det värt att undersöka vidare, då motivation som drivs av ett ökat välbefinnande och motivation som drivs av ett undvikande av negativa emotioner troligen fungerar på olika sätt i olika sammanhang.

Tidigare forskning har inte i någon stor utsträckning undersökt PDE i relation till emotionella reaktioner, dock undersökte Erlandsson et al. (2013) detta och fann att det inte var sympati som medierade PDE utan den upplevda nyttan. De diskuterar även att sympati kanske inte är ett definierande kännetecken hos PDE, vilket särskiljer det från IVE. Friedrich och McGuires (2010) fann att i vilken utsträckning individen drivs av ett rationellt tänkande kan komma att påverka hur individen följer sina emotionella reaktioner.

Därmed är det möjligt att emotioner fungerar i samverkan med andra mekanismer. Ytterligare forskning, både fältstudier och mer kontrollerade former av experiment krävs för att undersöka om warm glow och skuldkänslor utgör olika motiverande mekanismer vid olika effekter för hjälpande.

Denna studie tittade närmare på emotion som en viktig motivation för hjälpbeteende. Att finna bakomliggande mekanismer till vad som genererar hjälpbeteende är viktigt för att hjälpkampanjer ska kunna utformas på ett sätt som motiverar hjälpande men även för att individen ska få större förståelse för hur olika emotioner är relaterade till handling. Hjälpande har visat sig ha positiva effekter på vårt emotionella välbefinnande. Det är dock troligt att människor inte bara vill maximera det egna välbefinnandet utan även maximera nyttan (Tamir, 2009). Resultatet från denna studie verkar tyda på att både skuldkänslor och warm glow är användbara emotionella komponenter för att öka hjälpande. Kanske krävs det en större medvetenhet hos människor i allmänhet för att vi ska kunna bli mer effektiva vid våra hjälpinsatser så att det uppnår en större nytta.

Referenser

- Andreoni, J. (1989). Giving with impure altruism: Applications to charity and Ricardian Equivalence. *Journal of Political Economy*, 97(6), 1447-1458.
- Andreoni, J. (1990). Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm-glow giving. *The Economic Journal*, 100(401), 464-477. doi: 10.2307/2234133
- Baron, J. (1997). Confusion of relative and absolute risk in valuation. *Journal of Risk and Uncertainty*, 14(3), 301-309.
- Bartels, D. M. (2006). Proportion dominance: The generality and variability of favoring relative savings over absolute savings. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100(1), 76-95. doi: 10.1016/j.obhdp.2005.10.004
- Basil, D. Z., Ridgway, N. M., & Basil, M. D. (2008). Guilt and giving: A process model of empathy and efficacy. *Psychology and Marketing*, 25(1), 1-23. doi: 10.1002/mar.20200
- Batson, C. D. (2011). *Altruism in humans*. New York: Oxford University Press.
- Becker, G.S. (1974). A theory of social interactions. *Journal of Political Economy*, 82(6), 1063-1093.
- Cameron, C. D., & Payne, B. K. (2011). Escaping affect: How motivated emotion regulation creates insensitivity to mass suffering. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(1), 1-15.
- Cialdini, R.B., Schaller, M., Houlihan, D., Arps, K., Fultz, J., & Beaman, A.L. (1987). Empathy-based helping: Is It selflessly or selfishly motivated? *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(4), 749-758.
- Cohen, J.W. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2 uppl.). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cryder, C. E., Loewenstein, G., & Scheines, R. (2013). The donor is in the details. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 120(1), 15-23. doi: 10.1016/j.obhdp.2012.08.002
- Cunningham, M.R., Steinberg, J., & Grev, R. (1980). Wanting to and having to help: Separate motivations for positive good and guilt-induced helping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(2), 181-192. doi: 10.1037//0022-3514.38.2.181

- de Hooge, I. E., Nelissen, R. M. A., Breugelmans, S. M., & Zeelenberg, M. (2011). What is moral about guilt? Acting “prosocially” at the disadvantage of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, *100*(3), 462-473. doi: 10.1037/a0021459
- Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Schroeder, D. A., & Penner, L. (2006). *The social psychology of prosocial behavior*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Elster, J. (2011). The Valmont Effect: The warm-glow theory of philanthropy. I P. Illingworth, T. Pogge, & L. Wenar, (Eds.), *Giving well: The ethics of philanthropy* (67-83). doi: 10.1093/acprof:oso/9780199739073.003.0005
- Epstein, S. (1994). Integration of the cognitive and the psychodynamic unconscious. *American Psychologist*, *49*(8), 709-724.
- Erlandsson, A., Björklund, F., & Bäckström, M. (2013). Perceived utility (not sympathy) mediates the proportion dominance effect in helping decisions. *Journal of Behavioral Decision Making*. doi: 10.1002/bdm.1789
- Ferguson, E., Atsma, F., De Kort, W., & Veldhuizen, I. (2012). Exploring the pattern of blood donor beliefs in first-time, novice, and experienced donors: Differentiating reluctant altruism, pure altruism, impure altruism, and warm glow. *Transfusion*, *52*(2), 343-355. doi: 10.1111/j.1537-2995.2011.03279.x
- Fetherstonhaugh, D., Slovic, P., Johnson, S., & Friedrich, J. (1997). Insensitivity to the value of human life: A study of psychophysical numbing. *Journal of Risk and Uncertainty*, *14*(3), 283-300.
- Finucane, M.L., Alhakami, A., Slovic, P., & Johnson, S.M. (2000). The affect heuristic in judgements of risks and benefits. *Journal of Behavioral Decision Making*, *13*(1), 1-17.
- Friedrich, J., Barnes, P., Chapin, K., Dawson, I., Garst, V., & Kerr, D. (1999). Psychophysical numbing: When lives are valued less as the lives at risk increase. *Journal of Consumer Psychology*, *8*(3), 277-299. doi: 10.1207/s15327663jcp0803_05
- Friedrich, J., & McGuire, A. (2010). Individual differences in reasoning style as a moderator of the identifiable victim effect. *Social Influence*, *5*(3), 182-201. doi: 10.1080/15534511003707352
- Haidt, J. (2003). The moral emotions. I R. J. Davidson, K. R. Scherer, & H. H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences* (852–870). Oxford: Oxford University Press.

- Hamilton, D. L. & Sherman, S. J. (1996). Perceiving persons and groups. *Psychological Review*, *103*, 336–355.
- Harbaugh, W. T., Mayr, U., & Burghart, D. R. (2007). Neural responses to taxation and voluntary giving reveal motives for charitable donations. *Science*, *316*(5831), 1622-1625. doi: 10.1126/science.1140738
- Higgins, E.T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, *52*(12), 1280-1300.
- Hsee, C.K., Loewenstein, G.F., Blounts, S., & Bazerman, M.H. (1999). Preference reveals between joint and separate evaluations of options: A review and theoretical analysis. *Psychological Bulletin*, *125*(5), 576-590. doi: 10.1037/0033-2909.125.5.576
- Hsee, C. K., & Zhang, J. (2004). Distinction Bias: Misprediction and mischoice due to joint evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *86*(5), 680-695. doi: 10.1037/0022-3514.86.5.680
- Isen, A.M., & Levin, P.F. (1972). The effect of feeling good on helping: cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*, *21*, 384-388. doi: 10.1037/h0032317
- Jenni, K., & Loewenstein, G. (1997). Explaining the identifiable victim effect. *Journal of Risk and Uncertainty*, *14*(3), 235-257.
- Kogut, T., & Ritov, I. (2005a). The "Identified Victim" Effect: An identified group, or just a single individual? *Journal of Behavioral Decision Making*, *18*, 157-167. doi: 10.1002/bdm.492
- Kogut, T., & Ritov, I. (2005b). The singularity effect of identified victims in separate and joint evaluations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *97*(2), 106-116. doi: 10.1016/j.obhdp.2005.02.003
- Konow, J. (2010). Mixed feelings: Theories of and evidence on giving. *Journal of Public Economics*, *94*(3), 279-297. doi: 10.1016/j.jpubeco.2009.11.008
- Lindsey, L.L.M., Yun, A.K., & Hill, J.B. (2007). Anticipated guilt as motivation to help unknown others: An examination of empathy as a moderator. *Communication Research*, *34*(4), 468-480. doi: 10.1177/0093650207302789
- Loewenstein, G., & Small, D. A. (2007). The Scarecrow and the Tin Man: The vicissitudes of human sympathy and caring. *Review of General Psychology*, *11*(2), 112-126. doi: 10.1037/1089-2680.11.2.112

- Markus, H.R. & Kitayama, S. (1991). Culture and the Self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224-253. doi: 10.1037/0033-295X.98.2.224
- Mayo, J.W., & Tinsley, C.H. (2009). Warm glow and charitable giving: Why the wealthy do not give more to charity? *Journal of Economic Psychology*, 30(3), 490-499. doi: 10.1016/j.joep.2008.06.001
- Ritov, I., & Baron, J. (2011). Joint presentation reduces the effect of emotion on evaluation of public actions. *Cognition and Emotion*, 25(4), 657-675. doi: 10.1080/02699931.2010.512512
- Schaller, M., & Cialdini, R.B. (1988). The economics of empathic helping: Support for a mood management motive. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24(2), 163-181. doi: 10.1016/0022-1031(88)90019-4
- Schmader, T., & Lickel, B. (2006). The approach and avoidance function of guilt and shame emotions: Comparing reactions to self-caused and other-caused wrongdoings. *Motivation and Emotion*, 30(1), 43-56. doi: 10.1007/s11031-006-9006-0
- Shaughnessy, J., Zechmeister, E., & Zechmeister, J. (2012). *Research methods in psychology* (9 uppl.). New York: McGraw-Hill Companies.
- Slovic, P. (2007). "If I look at the mass I will never act": Psychic numbing and genocide. *Judgment and Decision Making*, 2(2), 79-95.
- Slovic, P., & Västfjäll, D. (2010). Affect, moral intuition, and risk. *Psychological Inquiry*, 21(4), 387-398. doi: 10.1080/1047840x.2010.521119
- Small, D. A., & Loewenstein, G. (2003). Helping the victim or helping a victim: Altruism and identifiability. *Journal of Risk and Uncertainty*, 26, 5-16.
- Small, D. A., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(2), 143-153. doi: 10.1016/j.obhdp.2006.01.005
- Tamir, M. (2009). What do people want to feel and why? Pleasure and utility in emotion regulation. *Current Directions in Psychological Science* 18(2), 101-105. doi: 10.1111/j.1467-8721.2009.01617.x
- Zagefka, H., Noor, M., Brown, R., de Moura, G. R., & Hothrow, T. (2011). Donating to disaster victims: Responses to natural and humanly caused events. *European Journal of Social Psychology*, 41(3), 353-363. doi: 10.1002/ejsp.781

Tack

Vi vill rikta ett stort tack till Arvid Erlandsson och Fredrik Björklund för en uppmuntrande och lärorik handledning samt för värdefulla kommentarer på denna uppsats.

Appendix A

Pilotstudie

En pilotstudie utformades i syfte att finna två jämförbara kontexter för respektive PDE och IVE att använda i huvudstudien.

Metod

Deltagare

Totalt ingick 80 deltagare i studien, varav 44 kvinnor och 34 män, (två deltagare fyllde inte i kön). Deltagarna rekryterades individuellt vid Lunds universitets olika institutioner och randomiserades till de olika betingelserna. Medelålder var 23.78 år ($SD=4.33$).

Material

Studien utformades som en *between-subjects design*, där hälften av deltagarna genomförde en enkät där PDE undersöktes och hälften av deltagarna genomförde en enkät där IVE undersöktes. En enkät konstruerades i totalt fyra olika versioner där varje deltagare genomförde någon av följande betingelser: HRP, LRP, IV eller SV. Varje enkät innehöll fem korta kampanjbeskrivningar som deltagarna uppmanades att läsa. Kampanjbeskrivningarna utformades utifrån riktiga organisationer och deras faktiska kampanjer. För att mäta PDE i HRP och LRP-betingelserna användes texter om djur i behov av hjälp. För att mäta IVE i IV och SV-betingelserna användes texter om olika situationer gällande människor. IV-versionen bestod av bakgrundsinformation samt fotografi, namn och ålder samt familjeförhållande och situation för att skapa en identifierbarhetseffekt. SV-versionen bestod av samma bakgrundsinformation, men informationen som skapade identifierbarhet ersattes med statistisk information. Varje deltagare skattade sin hjälpmotivation för respektive kontext direkt efter varje kampanjbeskrivning genom att svara på fyra olika frågor gällande hjälpmotivation (exempelvis ”Hur motiverad att hjälpa blir du när du läser om denna kampanj?”). De fick skatta sitt svar genom att ringa in en siffra på en Likertskala, där 0 angav ”inte alls motiverad” och 6 angav ”extremt motiverad”.

Procedur

Deltagarna tillfrågades om de skulle vilja fylla i en enkät om vad de tyckte om olika hjälpkampanjer och informerades om att den skulle ta cirka tio minuter att

genomföra. Enkäterna delades ut i randomiserad ordning där experimentledarna var blinda för vilken version av enkäterna som delades ut. Deltagarna instruerades att genomföra enkäten individuellt samt informerades om att deras medverkan var anonym.

Resultat

Den interna reliabiliteten för de olika frågorna gällande hjälpmotivation i enkäten undersöktes med Cronbach Alpha. För samtliga versioner för PDE och IVE var $\alpha > .86$. För PDE användes ett independent samples t-test för att undersöka skillnaden mellan LRP- och HRP-versioner för respektive kontext (se Tabell 1). Signifikant resultat visades i tre av de fem kontexterna, av dem valdes de två kontexter ut som hade liknande resultat (knubbsäl och havsörn) för att använda till huvudstudien.

Tabell A1

Resultat av Independent samples t-test för PDE. Visar medelvärde och (SD) för HRP- och LRP-versioner i de fem olika kontexterna. Signifikant p-värde indikerar signifikant skillnad mellan HRP och LRP.

	HRP		LRP		<i>t</i> (<i>df</i>)	<i>p</i>
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>		
Panda	3.04	1.27	2.86	1.07	.47 (37)	.640
Havsörn	3.25	1.37	2.39	1.02	2.26 (38)	.030
Knubbsäl	3.28	1.40	2.49	1.01	2.05 (38)	.048
Stork	2.64	1.42	1.81	1.04	2.10 (38)	.043
Orangutang	3.53	1.53	2.71	.98	2.00 (38)	.053

¹ *High rescue proportion* (HRP) innebär att en liten referensgrupp används, exempelvis 190 av 200 (95 %) kan räddas

² *Low rescue proportion* (LRP) innebär att en stor referensgrupp används, exempelvis 190 av 1500 (12 %) kan räddas

Även IVE undersöktes genom ett independent samples t-test för att undersöka skillnaden mellan SV- och IV-versioner för respektive kontext (se Tabell 2). Signifikant resultat visades endast i en av de fem kontexterna. Då det inte heller fanns två kontexter med liknande resultat, valde vi att utgå från kontexten om Syrien och sedan konstruera ytterligare en ny jämförbar kontext (Gaza) till huvudstudien.

Tabell A2

Resultat av Independent samples t-test för IVE. Visar medelvärde och (SD) för IV- och SV-versioner i de fem olika kontexterna. Signifikant p-värde indikerar signifikant skillnad mellan IV och SV.

	IV		SV		<i>t</i> (<i>df</i>)	<i>p</i>
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>		
Syrien	4.75	1.17	3.93	1.36	2.05 (38)	.047
Mocambique	3.94	1.25	4.01	1.19	-.20 (38)	.846
Cancer	4.45	1.04	4.33	1.53	.30 (38)	.765
Etiopien	4.40	1.28	4.35	1.45	.12 (38)	.908
Alzheimers	3.64	1.15	3.60	1.40	.09 (38)	.927

¹ *Identifiable victim effect* (IV) innebär att detaljerad information såsom foto, namn, ålder, situation och familjeförhållande framhävs.

² *Statistical victim effect* (SV) innebär att generell statistisk information ges.

Appendix B

Exempel på enkät i PDE för huvudstudien.

Instruktioner

Tack för din medverkan!

På följande sidor kommer du läsa korta beskrivningar av två olika hjälpkampanjer. Dessa beskrivningar handlar om verkliga situationer och är baserade på olika organisationers existerande kampanjer.

Din uppgift är att läsa varje kampanjbeskrivning noga, och svara på några korta frågor. Undvik att prata med andra under tiden du genomför enkäten.

I kuvertet finner du 4 stycken femkronor, dessa ska användas i slutet av formuläret för att visa hur motiverad du är till att bidra till de olika kampanjerna.

Din medverkan är helt anonym och du kan avbryta när du vill.



LUND
UNIVERSITY

Nedan följer två kampanjbeskrivningar. Tänk dig att du **stödjer** dessa kampanjer och bedöm dem genom att svara på frågorna på nästkommande sidor.

Rädda Havsörnen

På 70-talet var havsörnen nära att utrotas på grund av påverkan från miljögifter. Det var framförallt örnarnas förmåga att föröka sig som påverkades av de höga halterna av miljögifter. Oftast kläcktes inget av äggen i kullen, eller bara ett av äggen. Detta ledde till att havsörnsbeståndet minskade kraftigt i Sverige på 1970-talet. Problemet finns inte bara i Sverige, havsörnen är numera globalt utrotningshotad.

I Sverige innehåller, varje år, ungefär 400 havsörnsägg dödfödda ungar. Forskningen om hur miljögifter påverkar havsörnarnas ägg är därför en viktig del för stammens fortlevnad. Vidare bidrag är en nödvändighet för att minska störningar på grund av miljögiftspåverkan.

Naturskyddsföreningen bedriver nu en kampanj för att rädda fler havsörnsägg. Får man in tillräckligt med pengar kan man utföra inventeringar av ägg, nolltolerans mot vissa gifter, initieringar av boplatsskydd samt restaureringar och byggande av bon. Enligt prognosen för denna kampanj skulle man kunna rädda cirka 375 av de 400 (94 %) dödfödda havsörnsungar som årligen föds i Sverige.

Rädda Knubbsälen

Knubbsälen har under 1900-talet kraftigt minskat i antal över hela världen, först genom jakt och senare på grund av miljögifternas effekter på sälarnas immunförsvar och fertilitet. Knubbsälen finns framförallt på svenska västkusten.

Det största hotet mot sälarna idag är miljögifter, som exempelvis PCB (polyklorerade bifenyler). Miljögifterna bidrar till ett försämrat immunförsvar och sämre reproduktionsförmåga för knubbsälarna. I nuläget dör omkring 1500 knubbsälar runt Västkusten per år på grund av miljögifter.

Världsnaturfonden leder nu ett projekt för att situationen för knubbsälarna ska förbättras. Projektet innebär finansiering av avelshägn och att titta närmare på sambandet mellan bromerade flamskyddsmedel och förekomsten av tarmsår hos säl. Projektet skulle enligt prognoserna bidra till att rädda livet på 190 av de 1500 knubbsälar (12 %) som årligen dör på den svenska västkusten.

Havsörnen är utrotningshotad framförallt på grund av höga halter av miljögifter. Naturskyddsföreningen bedriver nu en kampanj för att säkerställa artens fortlevnad. Enligt prognosen skulle denna kampanj kunna rädda cirka 375 av de 400 (94 %) dödfödda havsörnsungar som årligen föds i Sverige.

Tänk dig att du **stödjer** denna kampanj!

Skulle du känna tillfredsställelse om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, ingen tillfredsställelse
alls

Ja, extremt mycket tillfredsställelse

Skulle du känna en positiv känsla om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, ingen positiv känsla
alls

Ja, en extremt positiv känsla

Skulle du känna att du gjort en god gärning om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inte alls känna att jag gjort en god gärning

Ja, verkligen känna att jag gjort en god gärning

Skulle du känna en varm känsla av välbehag om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, ingen varm känsla
alls

Ja, en stark varm känsla

Skulle du känna dig som en moralisk människa om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inte känna mig moralisk
alls

Ja, känna mig mycket moralisk

Knubbsälen har kraftigt minskat i antal på grund av miljögifter och jakt. Världsnaturfonden leder en kampanj för att förbättra situationen för knubbsälen. Enligt prognosen skulle denna kampanj bidra till att rädda livet på 190 av de 1500 knubbsälar (12 %) som årligen dör på den svenska västkusten.

Tänk dig att du **stödjer** denna kampanj!

Skulle du känna tillfredsställelse om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, ingen tillfredsställelse
alls

Ja, extremt mycket tillfredsställelse

Skulle du känna en positiv känsla om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, ingen positiv känsla
alls

Ja, en extremt positiv känsla

Skulle du känna att du gjort en god gärning om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inte alls känna att jag gjort en god gärning

Ja, verkligen känna att jag gjort en god gärning

Skulle du känna en varm känsla av välbehag om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, ingen varm känsla
alls

Ja, en stark varm känsla

Skulle du känna en moralisk människa om du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inte känna mig moralisk
alls

Ja, känna mig mycket moralisk

Rädda Havsörnen

1. Hur motiverad att hjälpa blir du när du läser om denna kampanj?
- | | | | | | | |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Inte alls motiverad | | | | | | Extremt motiverad |
2. Hur viktigt är det att stödja den här kampanjen?
- | | | | | | | |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Inte alls viktigt | | | | | | Extremt viktigt |
3. Hur hög prioritet tycker du att denna kampanj har?
- | | | | | | | |
|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Väldigt låg prioritet | | | | | | Väldigt hög prioritet |
-

Rädda Knubbsälen

1. Hur motiverad att hjälpa blir du när du läser om denna kampanj?
- | | | | | | | |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Inte alls motiverad | | | | | | Extremt motiverad |
2. Hur viktigt är det att stödja den här kampanjen?
- | | | | | | | |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Inte alls viktigt | | | | | | Extremt viktigt |
3. Hur hög prioritet tycker du att denna kampanj har?
- | | | | | | | |
|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Väldigt låg prioritet | | | | | | Väldigt hög prioritet |

Du har fått **fyra** stycken femkronor i kuvertet. Pengarna är dina och du kan behålla dem om du vill. Du har även möjlighet att anonymt skänka valfritt belopp till de kampanjer som du just läst. Pengarna du skänker kommer oavkortat att gå till respektive kampanj men ingen kommer känna till ditt val. Använd pengarna för att visa hur **motiverad** du är till att bidra till de två olika kampanjerna.

Av mina 20 kronor vill jag ge:

Rädda Havsörnen:

0 kronor: 5 kronor: 10 kronor: 15 kronor: 20 kronor:

Rädda Knubbsälen:

0 kronor: 5 kronor: 10 kronor: 15 kronor: 20 kronor:

Jag väljer att själv behålla:

0 kronor: 5 kronor: 10 kronor: 15 kronor: 20 kronor:

Lägg formuläret tillsammans med ditt eventuella bidrag i kuvertet. Förslut sedan kuvertet och lägg det i lådan.

Avslutningsvis uppskattar vi om du svarar på ett par frågor om dig själv:

Ålder:

Kön: Kvinna Man

Om du vill kan du skriva fria kommentarer (frivilligt)

Tack för hjälpen!

Appendix C

Exempel på enkät för IVE i huvudstudien.

Instruktioner

Tack för din medverkan!

På följande sidor kommer du läsa korta beskrivningar av två olika hjälpkampanjer. Dessa beskrivningar handlar om verkliga situationer och är baserade på olika organisationers existerande kampanjer.

Din uppgift är att läsa varje kampanjbeskrivning noga, och svara på några korta frågor. Undvik att prata med andra under tiden du genomför enkäten.

I kuvertet finner du 4 stycken femkronor, dessa ska användas i slutet av formuläret för att visa hur motiverad du är till att bidra till de olika kampanjerna.

Din medverkan är helt anonym och du kan avbryta när du vill.



LUND
UNIVERSITY

Nedan följer två kampanjbeskrivningar. Tänk dig att du **inte** stödjer dessa kampanjer och bedöm dem genom att svara på frågorna på nästkommande sidor.

Hjälp Noam i Gaza

Situationen i Gaza och i närliggande områden är allvarlig och ger humanitära konsekvenser för civilbefolkningen. Blockaden mot Gaza gör att människor befinner sig i en kronisk svår och utsatt situation vilket skapar en psykosocial stress hos en stor del av befolkningen. Speciellt utsatta är barnen som lever under fruktansvärda omständigheter där deras rättigheter kränks dagligen. Många av barnen lider dessutom av undernäring.

Noam är en pojke på 8 år som har drabbats hårt då hans familj förlorat sitt hem i en av de många bombningarna. Noams mamma blev nyligen dödad i en skottlossning där även hans lillasyster blev svårt skadad. Situationen för Noam blir värre för varje dag som går. Noam har nu slutat äta och tala.



UNICEF förser hälsomyndigheterna i Gaza med förstahjälpen - och akutvårdskit, dessutom sänder UNICEF mat och medicin för att försöka hjälpa de skadade. Just nu pågår även arbetet med att sätta upp flera psykosociala team för att möta det ökade hjälpbehovet.

Med din hjälp så kommer UNICEF kunna ge grundläggande trygghet till Noam och andra utsatta barn i Gaza.

Hjälp barn i Syrien

De humanitära behoven i Syrien är i nuläget enorma. Antalet syriska flyktingar är nu uppe i en miljon och många är barn som har separerats från en eller båda av sina föräldrar. Barnen har ofta varit med om oerhört traumatiska upplevelser. I många fall har deras hem förstörts och de har sett nära och kära skadas eller dödas.

Många syriska barn levde normala liv fram tills att kriget bröt ut, men har nu tvingats fly från sina byar. De tvingas numera att förlita sig på andra för att överleva.

Rädda Barnen gör allt de kan för att underlätta situationen och möta upp de akuta behoven för de utsatta barnen i Syrien, bland annat genom att dela ut filter, mat och varma kläder. Förutom akut stöd fokuserar Rädda Barnen på att ge psykosocialt stöd, undervisning och vård till flyktingbarnen.

Med din hjälp så kommer Rädda Barnen kunna ge grundläggande trygghet till föräldralösa barn i Syrien.

Situationen i Gaza är mycket allvarlig och ger humanitära konsekvenser för civilbefolkningen. Särskilt utsatta är barnen. Ett av dessa är Noam som är en pojke på 8 år som nyligen förlorat sin mamma. UNICEF bedriver nu en kampanj för att hjälpa Noam och andra utsatta barn i Gaza.

Tänk dig att du **inte** stödjer denna kampanj!

Skulle du känna skuld känslor om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inga skuld känslor alls

Ja, extremt mycket skuld känslor

Skulle du få dåligt samvete om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inget dåligt samvete alls

Ja, extremt dåligt samvete

Skulle du känna dig som en omoralisk människa om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inte alls som en omoralisk människa

Ja, som en mycket omoralisk människa

Skulle du känna en klump i magen om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, ingen klump alls

Ja, en stor klump

Skulle du känna dig skamsen om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inte skamsen alls

Ja, extremt skamsen

De humanitära behoven i Syrien är i nuläget enorma. Flera av de syriska flyktingarna är barn som har separerats från en eller båda av sina föräldrar. Rädda barnen leder nu en kampanj för att underlätta situationen och möta upp de akuta behoven för de utsatta barnen i Syrien.

Tänk dig att du **inte** stödjer denna kampanj!

Skulle du känna skuld känslor om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inga skuld känslor alls

Ja, extremt mycket skuld känslor

Skulle du få dåligt samvete om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inget dåligt samvete alls

Ja, extremt dåligt samvete

Skulle du känna dig som en omoralisk människa om inte du stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inte alls som en omoralisk människa

Ja, som en mycket omoralisk människa

Skulle du känna en klump i magen om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, ingen klump alls

Ja, en stor klump

Skulle du känna dig skamsen om du inte stödjer denna kampanj?

0 1 2 3 4 5 6

Nej, inte skamsen alls

Ja, extremt skamsen

Hjälp Noam i Gaza

1. Hur motiverad att hjälpa blir du när du läser om denna kampanj?
- | | | | | | | |
|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Inte alls
motiverad | | | | | | Extremt
motiverad |
2. Hur viktigt är det att stödja den här kampanjen?
- | | | | | | | |
|----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Inte alls
viktigt | | | | | | Extremt
viktigt |
3. Hur hög prioritet tycker du att denna kampanj har?
- | | | | | | | |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Väldigt låg
prioritet | | | | | | Väldigt hög
prioritet |
-

Hjälp barn i Syrien

1. Hur motiverad att hjälpa blir du när du läser om denna kampanj?
- | | | | | | | |
|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Inte alls
motiverad | | | | | | Extremt
motiverad |
2. Hur viktigt är det att stödja den här kampanjen?
- | | | | | | | |
|----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Inte alls
viktigt | | | | | | Extremt
viktigt |
3. Hur hög prioritet tycker du att denna kampanj har?
- | | | | | | | |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Väldigt låg
prioritet | | | | | | Väldigt hög
prioritet |

Du har fått **fyra** stycken femkronor i kuvertet. Pengarna är dina och du kan behålla dem om du vill. Du har även möjlighet att anonymt skänka valfritt belopp till de kampanjer som du just läst. Pengarna du skänker kommer oavkortat att gå till respektive kampanj men ingen kommer känna till ditt val. Använd pengarna för att visa hur **motiverad** du är till att bidra till de två olika kampanjerna.

Av mina 20 kronor vill jag ge:

Hjälp Noam i Gaza:

0 kronor: 5 kronor: 10 kronor: 15 kronor: 20 kronor:

Hjälp barn i Syrien:

0 kronor: 5 kronor: 10 kronor: 15 kronor: 20 kronor:

Jag väljer att själv behålla:

0 kronor: 5 kronor: 10 kronor: 15 kronor: 20 kronor:

Lägg formuläret tillsammans med ditt eventuella bidrag i kuvertet. Förslut sedan kuvertet och lägg det i lådan.

Avslutningsvis uppskattar vi om du svarar på ett par frågor om dig själv:

Ålder:

Kön: Kvinna Man

Om du vill kan du skriva fria kommentarer (frivilligt)

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write free comments. The box is currently blank.

Tack för hjälpen!